

目标客户群体的确定

目标客户群的确定将直接或间接的影响到营销策划的全程，那么我们怎样才能准确明晰产品的目标客户群呢？

一、市场定位考虑的层面

目标客户群的定位是以市场定位为前提，要确定目标客户群首先要从三个层面上来考量市场定位：自“我”所能（达到）、市场所需（空白）、竞争者所弱（不足），寻找这三面的交叉地带是目标客户群定位的前提。

二、目标客户群定位的步骤

在市场定位的前提下，要让目标客户群浮出水面，首先，要在地理上确定展开销售的区域；其次，要确定预想的客户群的人文特点；再次，要描述客户群的内在心理特点；最后，要描述客户的外在行为特征。

三、确定市场开发的顺序

其实在一个产品的不同时期，其目标客户群是不一样的，面对新产品最初思考时要用得上→买得起→信得过→看得中→急着用五个层次入手考虑。通常每增加一个条件，客户群的规模和数量会减少一些。换句话说，在目标客户群定位时要把所有的客户摆动成金字塔，最上层的客户（即满足用得上、买得起、信得过、看得中、急着用五大条件）是最好开发的，最低的客户（即满足用的上条件）是最不好开发的，在操作中要从易到难，一步一步地把销售引向深入，一步步把市场规模做大。